

Ai lettori: consigli per l'uso di Roberto Satolli	xv
Introduzione	xxi
Ringraziamenti	xxiii
Capitolo 1 – La comunicazione medico-paziente	1
L'interesse per la relazione medico-paziente	2
Dal paternalismo all'autonomia del paziente	4
Paternalismo	5
Consumismo	6
Reciprocità	7
Noncuranza	8
Il processo di anonimizzazione	9
La diagnostica e lo iato tra medico e paziente	11
Il processo di giuridificazione	13
Il processo di economizzazione	17
Conclusione	18
Capitolo 2 – L'argomentazione nei contesti sanitari	19
Argomentazione e ragionamento	19
Gli ingredienti di una buona argomentazione	22

La struttura degli argomenti	27
Il “disputar cortese” (da medico a medico)	31
Manipolazione e fallacie	34
Fallacie deduttive	36
Fallacie di rilevanza	36
Fallacie induttive	37
Fallacie semantiche	38
Conclusione	39
Capitolo 3 – Teoria e pratica della persuasione	41
I pilastri della persuasione	42
L’inferenza irriflessa	42
La regola della reciprocità	43
Il fascino della coerenza	45
Il riconoscimento sociale	46
Mi piaci, non mi piaci	47
L’autorità	48
Meno ce n’è, meglio è	49
Il Direct-To-Consumer Advertising	50
Conclusione	56
Capitolo 4 – La comunicazione del rischio	57
Definizioni preliminari	58
Quadri concettuali fondamentali	60
L’approccio normativo	61
Tutto calcolato?	62
L’approccio psicologico	63
Rischio e individui: alcune variabili rilevanti	67
L’approccio sociologico	69
Dai paradigmi teorici alla comunicazione del rischio	70
La comunicazione del rischio nella pratica	71
Comunicare il rischio al pubblico	71
Anticipare il possibile impatto sul pubblico	71
Pianificare una strategia di comunicazione	72
Cosa comunicare	73
Comunicare il rischio ai pazienti	75
Conclusione	78

Capitolo 5 – La health literacy	79
Che cos'è la health literacy?	79
Evoluzione del concetto di health literacy	80
Definire la health literacy: problemi e nuove prospettive	81
Un problema internazionale	86
Modelli di health literacy	89
Prospettiva funzionale	89
Prospettiva sociale/critica	90
Come si misura la health literacy	90
Un caso concreto: gestire una condizione cronica	94
Conclusione	96
Capitolo 6 – Principi di eHealth	97
Il fenomeno eHealth	97
Nella tipologia della eHealth	100
Strumentazione clinica e formazione	100
Informazione ed educazione del paziente	105
L'offerta d'informazione sanitaria	106
Cambiare un comportamento e raggiungere un peso forma	106
L'autovalutazione	107
Le comunità virtuali	108
Scegliere nel sistema sanitario	110
Il commercio sanitario online	111
L'altra faccia della medaglia	113
La ricerca d'informazione	113
La qualità dell'informazione	115
Le farmacie online	117
Conclusione	120
Capitolo 7 – eHealth: un caso di studio	121
Il sito <a href="http://www.oneself.ch">www.oneself.ch</a>	121
Come funziona ONESELF	123

Biblioteca	124
Palestra	125
Pronto Soccorso e Lo Specialista Risponde	128
Testimonianze	128
Chat e Forum	129
La Radio di Oneself	130
Come è gestito ONESELF	131
Gestione dei contenuti	132
Gestione del monitoraggio	132
Gestione delle comunicazioni	133
Supporto tecnico	133
Le sfide e i limiti	134
Capitolo 8 – Mass media e salute	137
La rappresentazione della realtà: la teoria dei frame	138
Gli effetti dei media	140
Essere o non essere?	140
Le teorie dei media	141
La spirale del silenzio	143
L'agenda setting	143
La teoria della coltivazione	144
La teoria degli usi e delle gratificazioni	145
La ricerca dell'informazione	145
Potenza e atto della comunicazione sanitaria mass-mediale	148
L'analisi dei contenuti	148
Scendiamo in campo...	151
Conclusione	154
Capitolo 9 – Le campagne sulla salute	157
Definizione e concetti preliminari	158
Teorie e modelli	159
Self-Efficacy Theory (SET)	159
Theory of reasoned action (TRA)	160
Theory of Planned Behavior (TPB)	161
Health Belief Model (HBM)	161
Transtheoretical Model (TTM)	162
Elaboration Likelihood Model (ELM)	163
Extended Parallel Process Model (EPPM)	165

Campagne sulla salute: principi di progettazione	166
Il pubblico di riferimento	166
Tipologia di messaggi	167
Produrre messaggi efficaci	168
Canali di comunicazione (e di persuasione)	170
Fattori di diffusione	170
Valutare una campagna	172
Effetti collaterali	174
Conclusione	178
Conclusione	181
Bibliografia	183